

# Promoción y comercialización

La comercialización es la etapa final del desarrollo del producto o servicio. En este proceso estarán todos los productos que hayan sobrevivido a la etapa de prueba. Requiere que se coordinen actividades tales como manufactura, empaquetado, distribución fijación de precio y promoción.



La promoción de un producto o servicio consiste en darlo a conocer o presentarlo a los consumidores. Por medio de la promoción, los vendedores buscan persuadir, convencer y conseguir que al cliente realice la compra.



Para hacer la promoción en forma adecuada, en el estudio de mercado se debe de haber definido claramente a qué público nos estamos dirigiendo, de tal manera que el mensaje que se envíe sea entendido e interpretado de la forma correcta.

Como parte de la promoción de un producto podemos mencionar la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y las ventas personales.



- ✚ La publicidad puede hacerse en la televisión, radio, periódicos, revistas, redes sociales, internet. Es una forma pagada de transmitir información para lograr un comportamiento deseado, en este caso, el impulso de compra.
- ✚ La promoción de ventas consiste en incentivos a corto plazo, como descuentos, cupones, sorteos, premios o muestras gratis. En general todo aquello que consiga incrementar las ventas de nuestro producto y consigan la simpatía de los consumidores.
- ✚ Las relaciones públicas consisten en todas las actividades que se emprendan con el objetivo de que nuestros clientes nos perciban de una forma amigable, es una forma de tener trato directo con las personas y de lograr su fidelidad hacia la empresa o producto.
- ✚ Las ventas personales se realizan a través de contacto directo con los clientes, se usa cuando el cliente necesita asesoría sobre el uso del producto.

## Estrategias de promoción

Son los recursos que se utilizan para dar a conocer los productos de la empresa, crear la necesidad de usarlos y conseguir que la marca se posicione en el mercado.

El objetivo siempre será vender el producto y lograr que los clientes nos conozcan.

Las promociones son de corto plazo y persiguen motivar a las personas a consumir la mayor cantidad de producto posible, por ejemplo, en las ofertas 2 X 1.

Los tipos de estrategias de promoción pueden ser a través de redes sociales, concursos, campañas por correo, buzoneo o regalos y obsequios.

# 50% OFF

Por supuesto que estas no son las únicas, hay tantas estrategias como creativos en el mundo, la estrategia elegida va a depender del presupuesto que tengamos y de lo que queremos promocionar.

Recientemente una conocida cadena de venta de zapatos baratos y de baja calidad hizo un experimento interesante. Cambio el orden de las sílabas de su nombre y organizó un evento a todo lujo, invitaron a grandes personalidades de la moda, reconocidos artistas y gente del espectáculo que se distingue por usar artículos finos y pagar grandes cantidades de dinero.



El día del evento, se sirvieron los mejores vinos y licores y la mejor comida, se contrataron hermosas modelos y se exhibieron botas, botines, zapatillas y sandalias de última moda. Los invitados estaban maravillados, elogiaron la calidad y exquisito gusto del calzado y pagaron precios de más de \$600 dólares por los modelos más sencillos.

Al final del evento dieron a conocer la verdad y anunciaron su nombre real. Todo el mundo estaba conmocionado, no podían creer que su percepción de las cosas hubiera sido tan distorsionada. Los organizadores les devolvieron su dinero y les permitieron quedarse con los artículos que habían elegido. Fue un interesante experimento para demostrar que la



forma en que se presenta y promociona un producto, puede hacer cambiar todo el panorama.

#### 🚦 Redes sociales.

Si vas a decidirte por el uso de las redes sociales con fines de promoción, estarás usando una de las herramientas de más bajo costo y más amigable para manejar. Lo importante es que definas las estrategias para que los mensajes lleguen a las personas adecuadas. La redacción de los textos es muy importante, ya que deben atraer la atención y animarlo a que siga el enlace a donde quieres llevarlo. No es conveniente agregar mucho texto, ya que las personas se aburren antes de que el mensaje llegue. Debes estar pendiente de los comentarios y preguntas de tus clientes, da muy mala impresión que se hagan publicaciones y el promotor no se tome la molestia de responder a sus clientes. Lo más importante es que aunque estés en pocos lugares, los lugares en donde estés, estén bien atendidos y que aporten prestigio e interés hacia tu producto.



#### 🚦 Concursos.

Los concursos y los sorteos tienen gran acogida entre los clientes, pero se debe ser cuidadoso. Recuerdo unas tarjetas de raspa y gana que daban por consumo de cierta marca de gasolina, las pocas veces en que no decía "gracias por participar" y te ganabas un premio, cuando llamabas a la empresa para reclamarlo, te informaban que lamentablemente ya se habían terminado. Por supuesto que la reacción que conseguían era de total rechazo a su promoción y por ende al producto. Un concurso bien planificado y dirigido, en donde el consumidor se sienta feliz al haber obtenido algo gratis, es una de las mejores promociones.

#### 🚦 Campañas por correo.

No siempre son bien acogidas, se debe tener especial cuidado en la elección de los receptores. Muchas veces estos correos terminan en el buzón de la basura o spam.

#### 🚦 Buzoneo.

Se refiere al tradicional envío de correo al buzón de correos de las casas. A excepción de ciertos artesanos, ya no es utilizada en la actualidad.

#### ✚ Regalos y obsequios.

Los regalos siempre son bien recibidos, hay unas máquinas en los centros comerciales, en donde se baja una aplicación en el teléfono celular y envían un código para ingresarlo, esto permite que la máquina se active y regale un producto. Las empresas que participan, están durante dos semanas, después de ese tiempo, se cambia de producto.



En general todos los tipos de estrategias de promoción se engloban dentro de los siguientes apartados: de impulso, de atracción y la estrategia híbrida o combinada.

#### ✚ De impulso.

De aquí surgen las impulsadoras de los supermercados, la idea es incentivar a las personas que impulsan la venta, ya sea con comisiones u otros incentivos, para que estén realmente interesados en vender y no solo hacer presencia para ganar un sueldo fijo.

#### ✚ De atracción.

Aquí el incentivado es el cliente, que recibe descuentos, regalos, obsequios, etc.

#### ✚ Híbrida o combinada.

Se premia tanto a los vendedores, como a los consumidores finales, de esta forma ambos están motivados y las ventas se elevan.

Hay diferentes estrategias de promoción, dependiendo del producto y del presupuesto con el que cuentes. Así que analiza tu producto, define tu situación y elige alguna estrategia de promoción que te haga diferenciarte de tu competencia. Recuerda que los obsequios o regalos no tienen que ser cosas grandes y caras, por ejemplo, una página en redes sociales, en donde los mensajes sean claros, motivadores, concisos y se le dé adecuada respuesta al cliente sobre sus dudas, suele ser muy efectiva.

### Referencias

[mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion/](http://mglobalmarketing.es/blog/estrategias-de-promocion/)

[emprendepyme.net/la-promocion-del-producto.html](http://emprendepyme.net/la-promocion-del-producto.html)